

2009年3月21日

経済危機克服のための会合
～「救国の一策」に関する意見～

主婦連合会 佐野真理子

現在は「救国」というよりも、「救国民」、もっと正確には「救消費者」のための政策こそが必要であり、それが結果的には「救国」へとつながるものと思います。その観点から消費者にとっての“救国の一策”について意見を述べます。

【消費者の置かれている現状は危機的です】

各地の消費生活センターには年間 100 万件を越える膨大な消費者苦情相談が寄せられています。ここ 5 年間は連続して 100 万件を突破しています。消費生活センターが仮に 365 日休みなく相談を受け付けるとして 1 日約 2800 件、8 時間の受付として、実に 1 時間に 340 件、1 分で 6 件、10 秒に 1 件の割合で苦情相談が殺到していることとなります。日本列島はまさに消費者の悲鳴と怒りで満ち溢れています。

しかも、消費生活センターに相談を寄せる消費者は全体の 5%に過ぎません。ほとんどの消費者が泣き寝入りせざるを得ない状況におかれています。その推計値をもとに計算すると、苦情件数の実数は年間 2000 万件に及ぶことがわかります。実際に寄せられる年間 100 万件は 10 年前の 2・5 倍の数値ですが、各地の消費生活センターはそれに見合った相談員を配置していません。増員のない中で、相談員の方々は、日々の相談に悪戦苦闘され、十分な対応が難しい状態が続いているのが実態です。

【消費者は不安を抱えて生活しています】

悪質業者の横行に加え、不況を背景に「ゼロゼロ物件商法」など、貧困をビジネスとする事業者も登場するようになりました。並行して多重債務・自己破産も依然高率で推移しており、自殺者は 1998 年以降、毎年 3 万人以上の高い水準のまま、より深刻化しております。10 年間では 30 万人以上もの人が自ら死を選ぶ環境に追い込まれているの

が現代です。自殺未遂の方も含めるとその数は10倍となり、約300万人の消費者が自ら死を選ぼうとし、実際にその行為に及んでいることが推計されます。交通事故の場合、かつて死亡者が1万人を越えたとき「交通戦争」という言葉が生まれました。現在の自殺者はその3倍以上。10年間で30万人以上という数値は真に“戦争”と言うに等しい悲惨な数値です。

その中には、生活苦からの自殺者も多く、まじめに、一所懸命生きていても、消費生活が成り立たず、「老老介護」の末に、無理心中する親子の事件もたびたび報道されるようになりました。しかも、そのような高齢者宅を狙う悪質商法も後を絶たず、被害額も高額化、その内容も深刻化しています。

私は、何よりもまず、消費生活がかってない危機的状況にあること、消費者の誰もが穏やかな生活を送りたいのに、それを許さない悪質事業者が日々、消費者に追い打ちをかけていること、消費生活は常に不安感に満ちていること、これらの現実を政府はまず認識すべきと思います。

それを踏まえ、では今現在、どんな政策が消費者利益に合致し、消費者の権利を尊重することにつながるのか、考えてみました。

言えることは現時点の経済的危機克服の施策の中で効果的なのは、消費者行政一元化へ向けた「消費者庁の設置」であるという点です。

【消費者庁の設置が経済的危機克服への実効策です】

消費者行政の一元化へ向けた消費者庁を設置し、次の施策を重点的に推進することが必要と思われます。

1、「健全な市場」の形成

①消費者被害の救済制度導入を早急に

初めて「消費者」をキーワードにしてまとめられた「平成二十年版・国民生活白書」は、消費者を対象にした不当な契約などによって年間、最大3兆4000億円ものお金が悪質業者に渡っていることを明らかにしました。実際に年間100万件以上の苦情相談が5年以上も継続していることを考えると、膨大な金額が不当利得として消費されていることを示しています。

このような状況は健全な市場と言えるでしょうか。まず、企業が得た不当利得は被害者に返還すること、そのような被害救済と被害者回復制度を導入することが健全な市場

形成へ向けた第一のステップと考えます。

3兆4000億円ものお金が健全な事業者へと流れるならば、市場の改善に寄与することは明らかです。

②「悪質事業者の規制強化を」

健全な市場形成へ向けては、被害救済とともに、悪質事業者の規制強化が同時に必要です。悪質業者は何も中小企業に限りません。日本を代表する大企業であっても、違反行為が発覚しない限り、長年にわたり法令違反を犯し続けてきた例がたびたび判明しています。コンプライアンス（法令と自主基準の遵守）を自ら改善しないことが、ここ数年来の企業事件の特徴となっています。

2004年に制定された「消費者基本法」は、消費者の権利を初めて法律に明記し、「国の責務」として「消費者の権利の尊重」と「自立支援」を盛り込みました。しかし、現在に至るも「消費者の権利」は尊重されず、国は依然として、消費者の権利を事業者の利益と並列に考えて、その調整役として自らを位置づけているようにも感じられます。「消費者の目線」「消費者の視点」こそ求められる政策の前提であり、それこそ「消費者の権利の尊重」を意味します。悪質事業者の規制強化は、消費者の権利尊重を示すものであり、断固実行すべきです。健全な市場の形成はこの施策なくして実現しません。

2、「参加と意見の反映」

①「救消費者」へ向け、消費者自らが社会の主役であることを実感できる仕組みの構築が必要です。そのためには、「参加と意見反映」を制度として確立すること、そのステップとして政策に「消費者の権利の尊重」としての「消費者目線」を取り入れることが必要です。

②特に、消費生活の身近な分野、それでいて問題の多い分野の政策を重点的・継続的に見直し、新しい視点（消費者目線）から政策を実施すること。当面、その分野は「安全」「表示」「取引」分野に相当するものと思います。

③消費者の意見を政策に反映させる仕組みを構築すること。同時に、消費者の意見が反映されない場合の措置として「消費者の申立制度」を導入すること

3、消費者行政の一元化と消費者による行政監視システムの構築

以上の施策を実施する上で「消費者庁の設置」は大前提です。消費者行政の一元化は各省縦割りだった従来の消費者行政の大変革を意味するとともに、消費者問題への対応を強化・整備することを意味します。国レベルだけではなく、地方消費者行政の充実・強化を図ることも求められてきます。実際に、消費者目線の消費者行政機関としての消費者庁が発足しないと何事も前進しません。

また、そのような行政機関をきちんと監視するための機能も求められています。消費者庁設置で予定されている「消費者政策委員会」にそのような行政監視機能を付与することも必要だと思います。

私は、「救国の一策」として現在、消費者目線から多くの仕事をなし得る「消費者庁の設置」こそが求められている、と考えます。

以上